

SAC-03-002

ปัจจัยที่มีผลต่อการคัดเลือกซัพพลายเออร์

Factors affecting supplier selection: a literature review

ศุภวิชญ์ บ่ายเที่ยง^{1*} และ วิสวะ อุนยวงษ์²

Supavish Bayteang^{1*} and Wissawa Aunyawong²

หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์และซัพพลายเชน มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

วิทยาลัยโลจิสติกส์และซัพพลายเชน มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา^{1,2}

Master of Business Administration Program in Logistics and Supply Chain Management, Suan Sunandha Rajabhat University.

College of Logistics and Supply Chain, Suan Sunandha Rajabhat University^{1,2}

email: brightpalvish@gmail.com¹, wissawa.au@ssru.ac.th²

บทคัดย่อ

การคัดเลือกซัพพลายเออร์ถือเป็นกระบวนการสำคัญในห่วงโซ่อุปทาน เนื่องจากส่งผลโดยตรงต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานขององค์กร ทั้งในด้านต้นทุน คุณภาพ การส่งมอบ และความสัมพันธ์ระยะยาว ดังนั้น การเลือกซัพพลายเออร์ที่เหมาะสมจึงไม่ควรพิจารณาเพียงราคาต่ำเท่านั้น แต่ควรครอบคลุมปัจจัยด้านนวัตกรรม การทำงานร่วมกัน ความยั่งยืน และการบริหารความเสี่ยง บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการคัดเลือกซัพพลายเออร์ขององค์กรไทย จากการศึกษาวรรณกรรมและงานวิจัยที่ผ่านมา พบว่าปัจจัยหลักที่มีผลต่อการคัดเลือกซัพพลายเออร์ ได้แก่ ราคา คุณภาพสินค้า การส่งมอบ ความน่าเชื่อถือและชื่อเสียง ความสามารถทางเทคนิคและนวัตกรรม บริการหลังการขาย และความสัมพันธ์ระยะยาว โดยงานวิจัยทั้งในบริบทไทยและต่างประเทศชี้ให้เห็นว่าปัจจัยด้านคุณภาพ ความยืดหยุ่น ความน่าเชื่อถือ และบริการหลังการขายมีความสำคัญสูง อีกทั้งปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมและความยั่งยืนเริ่มมีบทบาทมากขึ้นในการตัดสินใจ ผลการศึกษาชี้ให้เห็นว่าองค์กรไทยควรพัฒนากระบวนการคัดเลือกซัพพลายเออร์โดยประเมินปัจจัยทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพอย่างรอบด้าน พร้อมทั้งสร้างความสัมพันธ์ระยะยาวและจัดการความเสี่ยงอย่างเป็นระบบเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานและความสามารถในการแข่งขันในยุคปัจจุบัน

คำสำคัญ: การคัดเลือกซัพพลายเออร์ ห่วงโซ่อุปทาน ประสิทธิภาพการดำเนินงาน ความยั่งยืน ความสัมพันธ์ระยะยาว

Abstract

Supplier selection is a critical process in supply chain management, directly affecting organizational performance in terms of cost, quality, delivery, and long-term relationships. Selecting the right supplier involves more than choosing the lowest price; it also requires consideration of innovation, collaboration, sustainability, and risk management. This study aims to explore the factors influencing supplier selection in Thai organizations. A review of the literature and previous research indicates that key factors affecting supplier selection include price, product quality, delivery performance, supplier reputation and reliability, technical capability and innovation, after-sales service, and long-term relationships. Both domestic and international studies emphasize the importance of quality, flexibility, reliability, and after-sales support. Furthermore, environmental and sustainability considerations are increasingly playing a role in supplier selection decisions.

The findings suggest that Thai organizations should develop a comprehensive supplier selection process that evaluates both quantitative and qualitative factors, fosters long-term partnerships, and systematically manages risks. Such an approach can enhance operational efficiency and strengthen competitiveness in the modern business environment

Keywords: Supplier Selection, Supply chain Management, Operational Performance, Sustainability, Long-term Relationship

บทนำ

การคัดเลือกซัพพลายเออร์ถือเป็นหนึ่งในกระบวนการสำคัญของห่วงโซ่อุปทาน ซึ่งส่งผลโดยตรงต่อประสิทธิภาพในการดำเนินงานขององค์กร ไม่ว่าจะเป็นด้านต้นทุน คุณภาพ ความยืดหยุ่นในการจัดส่งหรือความสัมพันธ์ระยะยาวกับซัพพลายเออร์ การเลือกซัพพลายเออร์ที่เหมาะสมจึงมีความหมายมากกว่าการเลือกผู้ให้บริการที่มีต้นทุนต่ำเพียงอย่างเดียว (Cheraghi et al., 2004) ในยุคของการแข่งขันระดับโลกและการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมธุรกิจอย่างรวดเร็ว องค์กรต่าง ๆ จำเป็นต้องคำนึงถึงเกณฑ์ที่หลากหลายมากขึ้นในการเลือกซัพพลายเออร์ ไม่เพียงแต่ “คุณภาพ-ราคา-การส่งมอบ” เท่านั้น แต่ยังรวมถึงปัจจัยด้านนวัตกรรม ความยั่งยืน การทำงานร่วมกันอย่างมีประสิทธิภาพ และการจัดการความเสี่ยง (Cao, 2024) ในบทความวิชาการนี้ จึงมุ่งสำรวจ ปัจจัยที่มีผลต่อการคัดเลือกซัพพลายเออร์ขององค์กรไทย โดยจะวิเคราะห์ห้วงองค์ประกอบต่าง ๆ เช่น ต้นทุน คุณภาพ การส่งมอบ ความยืดหยุ่น ความเชื่อถือของซัพพลายเออร์ รวมถึงมิติด้านสิ่งแวดล้อมและสังคม มีบทบาทอย่างไรต่อกระบวนการเลือกซัพพลายเออร์ในบริบทของไทย ทั้งนี้เพื่อเสนอแนะแนวทางในการพัฒนากระบวนการคัดเลือกซัพพลายเออร์ให้มีประสิทธิภาพและสอดคล้องกับการแข่งขันในยุคปัจจุบัน

วัตถุประสงค์

1. เพื่อทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการคัดเลือกซัพพลายเออร์

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการคัดเลือกซัพพลายเออร์

การคัดเลือกซัพพลายเออร์ (Supplier Selection) เป็นกระบวนการสำคัญในงานจัดซื้อและการบริหารห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain Management) เนื่องจากซัพพลายเออร์ที่มีประสิทธิภาพส่งผลโดยตรงต่อคุณภาพของสินค้า ต้นทุนการผลิต และความสามารถในการส่งมอบขององค์กร การเลือกซัพพลายเออร์จึงจำเป็นต้องพิจารณาปัจจัยหลายด้านทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ (Dickson, 1966; Monczka et al., 2016)

ปัจจัยที่มีผลต่อการคัดเลือกซัพพลายเออร์

งานวิจัยส่วนใหญ่ระบุว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจคัดเลือกซัพพลายเออร์สามารถแบ่งออกได้เป็น 3 กลุ่มหลัก (Kannan et al., 2021; Zailani et al., 2020)

1. ปัจจัยด้านคุณภาพและมาตรฐาน (Quality & Standard Factors): เช่น คุณภาพของสินค้า การมีใบรับรองมาตรฐานและระบบตรวจสอบย้อนกลับของวัสดุ
2. ปัจจัยด้านต้นทุนและประสิทธิภาพ (Cost & Efficiency Factors): รวมถึงราคา เงื่อนไขการชำระเงิน ความตรงต่อเวลาในการส่งมอบ และความสามารถในการปรับตัวตามปริมาณการสั่งซื้อ
3. ปัจจัยด้านความสัมพันธ์และความยั่งยืน (Relationship & Sustainability Factors) เช่น ความน่าเชื่อถือของซัพพลายเออร์ การสื่อสาร ความยืดหยุ่นในการแก้ปัญหา และการดำเนินงานที่สอดคล้องกับหลัก ESG

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ลลิตระ มะระกานนท์ (2567) ได้ทำการศึกษา เรื่อง การคัดเลือกซัพพลายเออร์ของโรงงานผลิตอาหารสัตว์ โดยการประยุกต์ใช้กระบวนการวิเคราะห์เชิงลำดับชั้น พบว่า เกณฑ์ที่มีความสำคัญต่อการคัดเลือกซัพพลายเออร์เรียงตามลำดับ คือ 1. ด้านคุณภาพ 2. ด้านราคา 3. ด้านระยะเวลาและความสามารถในการจัดส่ง 4. ด้านความน่าเชื่อถือ 5. ด้านเงื่อนไขการชำระเงินและนโยบายรับประกัน 6. ด้านบริการหลังการขาย 7. ด้านความสามารถทางเทคโนโลยีและนวัตกรรม 8. ด้านระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม

กษิรา ไตรรุ่งเรือง (2567) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การประยุกต์ใช้กระบวนการลำดับชั้นเชิงวิเคราะห์ในการคัดเลือกซัพพลายเออร์ ผู้ผลิตแผ่นอลูมิเนียม (ม้วนคอยด์) สำหรับทำหลังคาเมทัลชีท กรณีศึกษา บริษัท XYZ จำกัด พบว่า ค่าอัตราส่วนความไม่สอดคล้องของบริษัทซัพพลายเออร์เมื่อเทียบกับปัจจัยทั้ง 6 ด้าน แล้วมีค่าเท่ากับ 0.080 และเมื่อนำปัจจัยแต่ละด้านมาหาค่าอัตราส่วนความไม่สอดคล้องของบริษัทซัพพลายเออร์ทั้ง 3 บริษัทพบว่า ปัจจัยด้านคุณภาพ ค่าอัตราส่วนความไม่สอดคล้องเท่ากับ 0.000 ปัจจัยด้านราคา ค่าอัตราส่วนความไม่สอดคล้องเท่ากับ 0.001 ปัจจัยด้านการจัดส่งค่าอัตราส่วน ความไม่สอดคล้องเท่ากับ 0.000 ปัจจัยด้านบริการ ค่าอัตราส่วนความไม่สอดคล้องเท่ากับ 0.050 ปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือ ค่าอัตราส่วนความไม่สอดคล้องเท่ากับ 0.020 ปัจจัยด้านการประกันภัยสินค้าค่าอัตราส่วนความไม่สอดคล้องเท่ากับ 0.050 เมื่อทำการคำนวณหาค่าน้ำหนักความสำคัญ บริษัทที่มีค่าน้ำหนักความสำคัญมากที่สุดอันดับที่ 1 คือบริษัท C โดยค่าน้ำหนักความสำคัญอยู่ที่ 0.425 หรือ 42.55% อันดับที่ 2 คือบริษัท B มีค่าน้ำหนักความสำคัญเท่ากับ 0.291 หรือ 29.18% และอันดับ 3 คือบริษัท A มีค่าน้ำหนักความสำคัญเท่ากับ 0.283 หรือ 28.30% สรุปได้ว่า

ผลการคำนวณโดยใช้วิเคราะห์ (Analytic Hierarchy Process:AHP)และใช้โปรแกรมสำเร็จรูป Expert Choice จากทั้ง 2 วิธีนั้น มีค่าน้ำหนักด้านปัจจัยทั้ง 6 ด้าน และค่าน้ำหนัก ทั้ง 3 บริษัท ต่างกันเพียงเล็กน้อยจึงทำให้บริษัทผลิตแผ่นอลูมิเนียม(ม้วนคอยล์)ที่เหมาะสมที่สุดกับ บริษัท XYZ คือ บริษัท C รองลงมาคือ บริษัท B และอันดับสุดท้ายคือ บริษัท A

จิรกิตต์ โสเจยยะ (2566) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การคัดเลือกซีฟฟลายเออร์อย่างเหมาะสมสำหรับ Mechanical Seal กรณีศึกษา บริษัทค้าน้ำมัน ABC พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการคัดเลือกและจัดลำดับซีฟฟลายเออร์ประกอบไปด้วย 10 ปัจจัยคือ ด้านต้นทุนรวมสินค้า ด้านการส่งมอบตรงเวลา ด้านการส่งมอบครบถ้วน ด้านวัสดุที่ใช้ในการผลิต ด้านอายุการใช้งาน ด้านการตอบสนองรวดเร็ว ด้านระยะเวลาการสินค้า ด้านการเข้า Survey อุปกรณ์ ด้านความมีชื่อเสียง และ ด้านสถานะทางการเงิน โดยปัจจัยดังกล่าวทั้งหมดจะอยู่ภายใต้หลักเกณฑ์ทั้ง 5 เกณฑ์ ได้แก่ เกณฑ์ด้านต้นทุน เกณฑ์ด้านการส่งมอบ เกณฑ์ด้านคุณภาพ เกณฑ์ด้านการบริการ และ เกณฑ์ด้านความน่าเชื่อถือ ซึ่งผลการวิจัยพบว่า การจัดลำดับของทางเลือกหรือซีฟฟลายเออร์เพื่อสั่งซื้อ Mechanical Seal คือ ซีฟฟลายเออร์ A ซีฟฟลายเออร์ C และซีฟฟลายเออร์ B ตามลำดับ

ศุภานงค์ ยอดคำ และคณะ (2566) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การคัดเลือกซีฟฟลายเออร์วัตถุดิบสำหรับผู้รับจ้างผลิตอาหารเสริมในประเทศไทย พบว่า วิธีการคัดเลือกซีฟฟลายเออร์วัตถุดิบสำหรับผู้รับจ้างผลิตอาหารเสริมในประเทศไทย ควรพิจารณา 5 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยด้านคุณภาพ ด้านราคา ด้านการขนส่ง ด้านความน่าเชื่อถือ และปัจจัยด้านการบริการ โดยมีค่าถ่วงน้ำหนัก 29.94% 24.09% 20.18% 17.54%และ 8.25% ตามลำดับ โดยเมื่อนำกรณีศึกษาบริษัทผู้รับจ้างผลิตอาหารเสริมแห่งหนึ่งในประเทศไทย มาทำการคัดเลือกซีฟฟลายเออร์ 4 ราย พบว่า ซีฟฟลายเออร์ C มีความเหมาะสมมากที่สุด โดยมีคะแนน 87.63 คะแนน ส่วนซีฟฟลายเออร์ที่มีความเหมาะสมรองลงมา ได้แก่ ซีฟฟลายเออร์ A ซีฟฟลายเออร์ D และซีฟฟลายเออร์ B ตามลำดับ หลังจากนั้น ผู้วิจัยได้นำผลที่ได้จากงานวิจัยเข้าปรึกษากับผู้เชี่ยวชาญในการคัดเลือกซีฟฟลายเออร์ของกรณีศึกษา บริษัทผู้รับจ้างผลิตอาหารเสริม พบว่า ผลลัพธ์ในการคัดเลือกซีฟฟลายเออร์ที่ได้ มีความสอดคล้องกับการคัดเลือกซีฟฟลายเออร์ของบริษัทที่ดำเนินการจัดซื้อจัดจ้างกับซีฟฟลายเออร์ดังกล่าว ซึ่งผลการจัดลำดับความสำคัญของปัจจัยที่ใช้ในการคัดเลือกซีฟฟลายเออร์วัตถุดิบอาหารเสริมนี้ สามารถใช้เป็นส่วนหนึ่งของการสนับสนุนการตัดสินใจของผู้รับผิดชอบในการเลือกซีฟฟลายเออร์วัตถุดิบอาหารเสริมได้ โดยลดความเสี่ยงในการใช้บุคลากรที่ไม่มีความรู้ความเชี่ยวชาญหรือการมีอคติในการตัดสินใจคัดเลือกซีฟฟลายเออร์ในอุตสาหกรรม

พรเทพ จันทน์ (2565) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อจากซีฟฟลายเออร์ของบริษัทผู้ป้อนในภาคกลางและภาคตะวันออก พบว่า ปัจจัยลักษณะประชากรศาสตร์ด้านอายุงานที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของซีฟฟลายเออร์ที่แตกต่างกัน โดยพนักงานที่มีอายุงานระหว่าง 2-5 ปี มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับเกณฑ์ในการตัดสินใจซื้อจากซีฟฟลายเออร์มากกว่าพนักงานที่มีอายุงาน 5-10 ปี ตำแหน่งงานที่แตกต่างกัน มีระดับคะแนนเกี่ยวกับเกณฑ์ในการตัดสินใจซื้อจากซีฟฟลายเออร์ไม่แตกต่างกัน ส่วนปัจจัยการประเมินซีฟฟลายเออร์ หลังผลการทำนายการตัดสินใจซื้อจากซีฟฟลายเออร์ มีทั้งหมด 3 ตัวแปร ได้แก่ ความสามารถในการผลิต (Capability) ความยั่งยืน (Sustainability) และด้านการบริการ ยอมรับสมมติฐานบางส่วนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

วิไลวรรณ ศรีสมบัติ (2565) ศึกษาปัจจัยการตัดสินใจเลือกซีฟฟลายเออร์ในอุตสาหกรรมอาหาร พบว่าปัจจัยคุณภาพและมาตรฐานความปลอดภัยมีความสำคัญมากที่สุด รองลงมาคือราคาและความน่าเชื่อถือของผู้ขาย

หานฉี จาง (2564) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การประยุกต์ใช้เทคนิคกระบวนการลำดับชั้นเชิงวิเคราะห์ในการคัดเลือกซีฟฟลายเออร์ อุปกรณ์ฮาร์ดแวร์ กรณีศึกษาบริษัทผลิตเยื่อกระดาษในจังหวัดชลบุรี ประเทศไทย พบว่า ค่าน้ำหนักแต่ละปัจจัยจากมากไปน้อย ได้แก่ ปัจจัยด้านคุณภาพ 49.5% ปัจจัยด้านราคา 24.8% ปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือ 14.0% ปัจจัยด้านบริการ 7.0% และสุดท้ายปัจจัยด้านการส่งมอบ 4.7% ในส่วนผลการศึกษาด้านทางเลือกซีฟฟลายเออร์ ตามการวัดค่าน้ำหนักทุก ๆ ปัจจัยรวมและทำการตรวจสอบความสอดคล้องกันของซีฟฟลายเออร์ พบว่า ค่า C.R. น้อยกว่า 0.1 ข้อมูลจากแบบสอบถามที่นำมาวิเคราะห์มีความสอดคล้องกัน จึงได้ผลค่าน้ำหนักดังนี้ ซีฟฟลายเออร์ C 42.7% ซีฟฟลายเออร์ A 37.2% และสุดท้ายซีฟฟลายเออร์ B 20.1% ซึ่งสรุปได้ว่าซีฟฟลายเออร์ C เป็นซีฟฟลายเออร์ที่เหมาะสมที่สุดและได้รับการคัดเลือก

สรุป

บทความนี้นำเสนอการทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการคัดเลือกซีฟฟลายเออร์ ซึ่งเป็นกระบวนการสำคัญในห่วงโซ่อุปทานที่ส่งผลโดยตรงต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานขององค์กร ทั้งด้านต้นทุน คุณภาพ การส่งมอบ ความยืดหยุ่น และความสามารถในการแข่งขันในระยะยาว โดยชี้ให้เห็นว่าการเลือกซีฟฟลายเออร์ในยุคปัจจุบันไม่ควรพิจารณาเพียงราคาต่ำเท่านั้น แต่ต้องคำนึงถึงปัจจัยที่หลากหลายมากขึ้น เช่น คุณภาพ ความน่าเชื่อถือ นวัตกรรม การบริการหลังการขาย ความร่วมมือระยะยาว การบริหารความเสี่ยง ตลอดจนประเด็นด้านสิ่งแวดล้อมและความยั่งยืน จากการศึกษาวิจัยทั้งในและต่างประเทศพบว่า ปัจจัยสำคัญสามารถจำแนกออกเป็น 3 กลุ่มหลัก ได้แก่ ปัจจัยด้านคุณภาพและมาตรฐาน ปัจจัยด้านต้นทุนและประสิทธิภาพ และปัจจัยด้านความสัมพันธ์และความยั่งยืน ซึ่งผลการศึกษานี้สรุปว่าองค์กรไทยควรพัฒนากระบวนการคัดเลือกซีฟฟลายเออร์โดยประเมินทั้งปัจจัย

เชิงปริมาณและเชิงคุณภาพอย่างรอบด้าน พร้อมสร้างความสัมพันธ์ระยะยาวกับซัพพลายเออร์และจัดการความเสี่ยงอย่างเป็นระบบ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงานและเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันในสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

เอกสารอ้างอิง

- กษิรา ไตรรุ่งเรือง, ศิริอร สนองค์, ธนวัฒน์ วิเศษสินธุ์ และอนัญญา บรรยงพิศุทธ. (2567). การประยุกต์ใช้กระบวนการลำดับชั้นเชิงวิเคราะห์ในการคัดเลือกซัพพลายเออร์ผู้ผลิตแผ่นอลูมิเนียม (ม้วนคอยล์) สำหรับทำหลังคาเมทัลชีท กรณีศึกษา บริษัท XYZ จำกัด. *วารสารศิลปศาสตร์ราชชมงคลสุวรรณภูมิ*, 6(1), 15–29.
- จิรศักดิ์ โสเจยยะ. (2566). การคัดเลือกซัพพลายเออร์ที่เหมาะสมสำหรับ Mechanical seal: กรณีศึกษา บริษัทค้าน้ำมัน ABC [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ ไม่ได้ตีพิมพ์]. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พรเทพ จันทน์ และสุรสิทธิ์ อุดมธนะวงศ์. (2565). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อจากซัพพลายเออร์ของบริษัทญี่ปุ่นในภาคกลางและภาคตะวันออก. *วารสารการบริหารนิเทศศาสตร์และนวัตกรรมท้องถิ่น*, 8(10), 233–246.
- ลลิตธร มะระกานนท์. (2567). การคัดเลือกซัพพลายเออร์ของโรงงานผลิตอาหารสัตว์. *วารสารสหศาสตร์ศรีปทุม ชลบุรี (ออนไลน์)*, 10(3), 135–153.
- วิไลวรรณ ศรีสมบัติ. (2565). ปัจจัยการตัดสินใจเลือกซัพพลายเออร์ในอุตสาหกรรมอาหาร (เอกสารเผยแพร่ภายใน). คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ศุภาคนางค์ ยอดคำ. (2565). การคัดเลือกซัพพลายเออร์วัตถุดิบสำหรับผู้รับจ้างผลิตอาหารเสริมในประเทศไทย. [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ ไม่ได้ตีพิมพ์]. มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- ห่านฉี จาง. (2564). การประยุกต์ใช้เทคนิคกระบวนการลำดับชั้นเชิงวิเคราะห์ในการคัดเลือกซัพพลายเออร์อุปกรณ์ฮาร์ดแวร์: กรณีศึกษาบริษัทผลิตเยื่อกระดาษในจังหวัดชลบุรี ประเทศไทย [การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ ไม่ได้ตีพิมพ์]. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- Cao, Y. (2024). Factors influencing supplier selection in modern supply chains. *European Journal of Logistics, Purchasing and Supply Chain Management*, 12(2), 45–59.
- Cheraghi, S. H., Dadashzadeh, M., & Subramanian, N. (2004). Supplier selection criteria and methods: Past, present and future. *Journal of Business & Economics Research*, 2(7), 63–72.
- Zailani, S., Eltayeb, T. K., Hsu, C., & Tan, K. C. (2020). The impact of supply chain management practices on the performance of oil and gas companies: A mediation analysis. *Journal of Cleaner Production*, 242, Article 118449.